

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh dimensi gaya hidup terhadap keputusan menggunakan. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (eksogen) adalah dimensi gaya hidup (X) dengan sub variabel *activity, interest, opinion* dan *demography*. Kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terikat (endogen) adalah keputusan menggunakan (Y) yang meliputi *information, brand recognition, brand attitude, faith, purchase willingness* dan *purchase*. Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah komunitas Korea pengguna *Smartphone* Samsung di Bandung. Oleh karena itu akan diteliti pengaruh dimensi gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *smartphone*.

Penelitian ini dilakukan pada kurung waktu kurang dari satu tahun, maka penelitian ini menggunakan metode *cross sectional method*. Menurut Creswell (2012:217) *cross sectional survei* yaitu survei yang dilakukan dengan mengumpulkan data satu per satu dalam suatu waktu. Menurut Husain Umar (2008:45) metode penelitian *cross sectional* yaitu penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurung waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui

pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan. Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional* (Maholtra, 2009:101).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Maholtra (2009:100) :

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi dari sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Penelitian deskriptif sangat berguna ketika mencari pertanyaan penelitian yang menggambarkan mengenai fenomena pasar, seperti menentukan frekuensi pembelian, mengidentifikasi hubungan atau membuat prediksi.

Penelitian deskriptif ini mempunyai maksud mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh dimensi gaya hidup terhadap keputusan menggunakan produk Korea pada anggota komunitas *Korean wave* di Bandung. Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data dilapangan, mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan produk Korea pada anggota komunitas *Korean wave* di Bandung.

3.2.2 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat

kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang berarti cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.

Menurut Maholtra (2010:96), menyatakan bahwa "*Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan kedalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut". *Explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian.

Menurut Sherri L. Jackson (2012:20) menyatakan, "*Survey method is questioning individuals on a topic or topics describing their response*". Artinya metode survei merupakan metode yang mempertanyakan individual dari sebuah topik atau beberapa topik kemudian menggambarkan tanggapan mereka.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan menjabarkan variabel ke dalam konsep teori dari variabel yang diteliti, indikator, ukuran dan skala yang bertujuan untuk mendefinisikan dan mengukur variabel. Berdasarkan objek peneliti yang telah dikemukakan di atas diketahui bahwa variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah dimensi gaya hidup sebagai variabel *independent* atau variabel bebas (X). Variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku menggunakan sebagai variabel *dependent* atau variabel terikat (Y). Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

| Variabel/ Subvariabel | Konsep variabel/ subvariabel | Indikator | Ukuran | Skala | No item |
|--------------------------|---|-----------|--|----------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <i>Lifestyle</i> (X) | <i>Lifestyle influences all aspects of consumption behavior and is a function of inherent individual characteristic that have been shaped and formed through social interaction as the person has evolved through the life cycle</i> Hawkins Mothersbough (2013:434) | | | | |
| | | Bekerja | Tingkat waktu yang digunakan dalam bekerja | Interval | 1 |
| | | Hobi | Tingkat waktu luang yang digunakan untuk | Interval | 2 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep variabel/ subvariabel | Indikator | Ukuran | Skala | No item |
|---------------------------|--|-------------|--|----------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <i>Activities</i> (X1) | Kegiatan individu dalam kesehariannya dan bagaimana melewatkan waktu luangnya Solomon, (2011:264) | | menyalurkan hobi | | |
| | | Acara | Tingkat waktu luang yang digunakan untuk menonton acara korea, konser dll | Interval | 3 |
| | | Member Klub | Tingkat waktu luang yang digunakan untuk mengikuti kegiatan anggota klub | Interval | 4 |
| | | Komunitas | Tingkat waktu luang yang digunakan untuk berkumpul dengan anggota komunitas | Interval | 5 |
| <i>Interests</i> (X2) | Ketertarikan individu akan objek yang menyertai perhatian khusus individu secara terus menerus Solomon, (2011:64) | Media | Tingkat ketertarikan individu terhadap promosi yang dilakukan melalui brand ambassador artis korea | Interval | 6 |
| | | Produk | Tingkat daya Tarik dari <i>smartphone</i> Samsung | Interval | 7 |
| | | | Tingkat keunggulan inovasi Tingkat daya Tarik dari <i>smartphone</i> Samsung | Interval | 8 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep variabel/ subvariabel | Indikator | Ukuran | Skala | No item |
|---------------------------|---|--------------|---|----------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <i>Opinion</i> (X3) | Opini individu mengenai konsep diri, budaya serta persepsi terhadap produk. Solomon, (2011:264) | Diri Sendiri | Tingkat kebutuhan individu terhadap prestige yang diberikan <i>smartphone</i> Samsung | Interval | 9 |
| | | Produk | Tingkat kualitas produk Korea <i>smartphone</i> Samsung | Interval | 10 |
| | | Budaya | Tingkat rasa kagum dengan budaya Korea | Interval | 11 |
| | | | Tingkat seberapa besar pengaruh budaya terhadap <i>smartphone</i> Samsung | Interval | 12 |
| | | | Tingkat keinginan untuk mempelajari budaya Korea | Interval | 13 |
| <i>Demography</i> (X4) | Karakteristik manusia, digunakan dalam penelitian untuk menjabarkan pangsa pasar yang berkenaan dengan budaya, pendapatan, dan pendidikan. Salomon (2011:264) | Target Pasar | Tingkat kesesuaian desain yang diberikan <i>smartphone</i> dengan target pasar | Interval | 14 |
| | | Budaya | Tingkat kesesuaian <i>smartphone</i> dengan gaya hidup konsumen yang menyukai drama Korea | Interval | 15 |
| | | Pendapatan | Tingkat | Interval | 16 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep variabel/ subvariabel | Indikator | Ukuran | Skala | No item |
|--------------------------|--|--------------------|---|----------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | kesesuaian harga yang diberikan <i>smartphone</i> dengan pendapatan konsumen | | |
| | | Pendidikan | Tingkat kesesuaian pendidikan dengan pengetahuan tentang produk yang ditawarkan | Interval | 17 |
| Keputusan Pembelian (Y) | Pembelian pengambilan keputusan adalah proses di mana konsumen membuat keputusan dari dua atau lebih dari dua pilihan ketika mereka membeli produk atau layanan, yaitu, konsumen akan melanjutkan karena alasan tertentu selama pembelian. Howard dalam Chen et al (2012:551) | | | | |
| <i>Informasi</i> | Informasi memungkinkan konsumen untuk mengetahui merek dan mengevaluasi merek sesuai dengan kebutuhan mereka, ini disebut sikap dan keyakinan tertentu dalam pikiran mereka Howard dalam Chen et al (2012:551) | Pengetahuan produk | Tingkat pengetahuan konsumen akan merek <i>smartphone</i> Samsung | Interval | 18 |
| | | Evaluasi produk | Tingkat kemudahan mengevaluasi <i>smartphone</i> Samsung | Interval | 19 |
| <i>Brand</i> | Berarti tingkat pemahaman | Pemahaman | Tingkat | Interval | 20 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep variabel/ subvariabel | Indikator | Ukuran | Skala | No item |
|-----------------------------|--|------------------|---|----------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <i>recognition</i> | terhadap kriteria, tetapi tidak berarti mengevaluasi atau membedakan merek dalam kategori produk. Karakteristik pengenalan produk cenderung riil seperti bentuk dan fungsi produk Howard dalam Chen et al (2012:551) | produk | pemahaman konsumen terhadap bentuk <i>smartphone</i> Samsung | | |
| | | | Tingkat pemahaman konsumen terhadap fungsi <i>smartphone</i> Samsung | Interval | 21 |
| <i>Brand attitude</i> | Berarti sejauh mana konsumen mengharapkan kebutuhan tertentu harus dipenuhi oleh merek Howard dalam Chen et al (2012:551) | Kebutuhan produk | Tingkat kebutuhan yang dipenuhi oleh produk | Interval | 22 |
| <i>Faith</i> | Sejauh mana konsumen dapat memberitahu dan mengevaluasi merek tertentu dan mempertimbangkan keputusan yang benar Howard dalam Chen et al (2012:551) | Kepercayaan | Tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk | Interval | 23 |
| <i>Purchase willingness</i> | Pola pikir berencana untuk membeli merek tertentu dalam jangka waktu tertentu Howard dalam Chen et al (2012:551) | | Tingkat kesediaan konsumen untuk membeli produk dalam jangka waktu tertentu | Interval | 24 |
| <i>Purchase</i> | Selama periode waktu tertentu, konsumen telah membeli merek tertentu Howard dalam Chen et al (2012:551) | Pembelian | Tingkat keputusan membeli karena telah menggunakan | Interval | 25 |

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data 2014

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Oleh karena itu, harus diproses terlebih dahulu untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

Maholtra (2009:120-121) mengungkapkan definisi-definisi data primer dan sekunder, antara lain:

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kuisisioner yang disebar kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei pada komunitas *Korean wave* pengguna *Smartphone* Samsung di Bandung.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mahal. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang digunakan.

Untuk penelitian primer dapat diperoleh melalui hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuisisioner kepada komunitas *Korean wave* pengguna *Smartphone* Samsung di Bandung sebagai responden. Sedangkan sumber data

sekunder diantaranya diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, artikel majalah, internet dan berbagai sumber informasi lainnya. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

| No | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|----|--|------------|---|
| 1 | Pertumbuhan ekonomi Korea Selatan | Sekunder | http://www.investor.co.id/home/pertumbuhan-ekonomi-korea-selatan-capai-30-2013/81019 , |
| 2 | Produk kebudayaan Korea Selatan | Sekunder | http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-pacific-13760064 , |
| 3 | Sumbangan <i>Korean Wave</i> terhadap GDP Korea Selatan | Sekunder | English.visitkorea.or.kr/enu/FU/FU_EN_15.jsp?cid=288934, |
| 4 | Perdagangan Indonesia-Korea Selatan tahun 2010-2013 | Sekunder | <ul style="list-style-type: none"> • Majalah Bloomberg Businessweek 04-10 April 2013 http://www.bps.go.id/exim-frame.php?kat=2&id_subyek=08&notab=50 |
| 5 | Produk Korea di Indonesia dengan menggunakan korean wave sebagai alat pemasarannya | Sekunder | <ul style="list-style-type: none"> • Diolah dari berbagai sumber (Internet, majalah dan iklan televisi) |
| 6 | Daftar telepon seluler yang dipakai dalam drama korea | Sekunder | Diolah dari berbagai sumber (Drama Korea di Indosiar dan ANTV) |
| 7 | Top brand index untuk <i>smartphone</i> di Indonesia | Sekunder | Modifikasi Majalah Marketing 02/XI/Feb 2011, 02/XII/Feb 2012, 02/XIII/Feb 2013, 02/XIV/Feb 2014 |
| 8 | <i>Market Share smartphone</i> di Indonesia | Sekunder | <ul style="list-style-type: none"> • Modifikasi SWA 21/XXVI/4-13 Oktober 2010, 12/XXVI/10-23, 07/XXVI/1-14 April 2010, 21/XXVIII/3-12 Oktober 2011, • www.statista.com • http://megapasar.com/2012/0 |

| No | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|----|------|------------|---|
| | | | <u>4/12/1g-akui-tidak-siap-garap-pasar-ponsel-di-indonesia/</u> , |

Sumber: Berdasarkan hasil Pengolahan Data 2014

3.2.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.5.1 Populasi

Kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting untuk mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data yang dikumpulkan digunakan untuk mengambil keputusan dalam menguji hipotesis. Menurut Sherri L. Jackson (2012:20), "*Population is all the people about whom a study it meant to generalize*". Populasi adalah semua orang mengenai untuk siapa penelitian itu dimaksudkan kemudian melakukan generalisasi. Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran (Malhotra, 2009:364).

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran. Populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk sasaran yang telah ditentukan. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah 386 anggota aktif.

3.2.5.2 Sampel

Mark L. Bernson et al (2012:250) menyatakan "*A sample is defined as the population that has been selected for analysis*". Sampel adalah populasi yang terpilih untuk dianalisis. Sedangkan menurut Malhotra (2009:364) sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti atau representatif.

Menurut Ruth McNeil (2005:22), sampel memiliki beberapa pengertian, diantaranya:

1. Uraian tentang populasi yang memungkinkan untuk dicakup
2. Ukuran, sifat dan distribusi geografis yang terencana dan relevan
3. Rincian metode sampling dan metode pembobotan dalam penelitian
4. Populasi yang dapat merespon dengan baik.

Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian yang diperlukan suatu sampel penelitian yang digunakan ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi pengguna *smartphone* Samsung. Dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut.

Berdasarkan pengertian sampel yang dikemukakan di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian pengguna *smartphone* Samsung di komunitas *Korean wave*. Dalam

menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan *systematic random sampling* dari Al Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad (\text{Harun Al Rasyid, 1994:44})$$

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2 \quad (\text{Harun Al Rasyid, 1994:44})$$

N = Populasi

n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

s = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari Jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Jumlah item = 25
- c. Nilai tertinggi skor responden : (25 x 7) = 175
- d. Nilai terendah skor responden : (25 x 1) = 25
- e. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah = 175 – 25 = 150
- f. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) diperoleh:
 $S = (0,21) (150) = 31,5$
- g. Dengan derajat kepercayaan = 95% dimana $\alpha = 5\%$

$$Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 lebih dahulu, yaitu:

$$n_0 = \left[\frac{Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)S}{\delta} \right]^2 = \left[\frac{(1,96)(31,5)}{5} \right]^2 = \left[\frac{61,74}{5} \right]^2 = n_0 = 152,47$$

Nilai n_0 sudah diketahui yaitu sebesar 152,47, setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai n untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.
diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{152,47}{1 + \frac{152,47}{386}}$$

$$n = \frac{152,47}{1,395}$$

$$n = 109,30$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 109,30. Menurut Winarmo Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Kemudian

agar sampel yang digunakan representatif, maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 110 sampel.

3.2.5.3 Teknik Sampling

Charles Stangor (2011:110), "*Sampling refers to the selection of people to participate in a research project, usually with the goal of being able to use these people to make inferences about a larger group of individuals.*" Teknik sampling mengacu pada pemilihan orang-orang untuk berpartisipasi dalam sebuah proyek penelitian, biasanya digunakan untuk membuat kesimpulan tentang kelompok yang lebih besar dari individu.

Selanjutnya Malhotra (2009:375) menyatakan, "Sebuah teknik *sampling* dapat diklasifikasikan sebagai non probalitas dan probabilitas." Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability* yaitu *systematic sampling*, yang berdasarkan rentang waktu. Malhotra (2009:382) berpendapat bahwa, "*Systematic sampling is the probability sampling technique in which the sample is chosen by selecting a random starting point and the picking every it element in succession from the sampling frame.*" Artinya sistematis *sampling* adalah teknik dari *probabilty* sampling dimana setiap sampel dipilih dengan

menentukan titik awal dan mengambil setiap elemen yang sukses dari *sampling frame*. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka penelitian terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel.

Namun Harun Al-Rasyid (1994:66) berpendapat bahwa sistematik sampling memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling. Adapun menurut Harun Al-Rasyid (1994:44) langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran yaitu pengguna *smartphone* Samsung di Komunitas Korea di Bandung.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*. Dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Komunitas Korea di Bandung.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 12.00-18.00 WIB hari Sabtu dan Minggu yang merupakan waktu berkumpul para member Komunitas Korea di Bandung.
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi akan dijadikan dasar menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pasien rawat jalan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Komunitas Korea di Bandung, diketahui rata-rata member aktif di Komunitas Korea di Bandung sebanyak 100 orang/hari.

Tentukan ukuran sampel. Dalam penelitian ini berdasarkan rumus Harun Al-Rasyid maka sampel yang diambil berukuran 110 orang.

3.2.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut :

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs *website*, dan majalah untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari dimensi gaya hidup dan keputusan menggunakan.
2. Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan secara *offline* kepada responden komunitas *Korean wave* pengguna *Smartphone* Samsung sebagai responden. Dalam kuisisioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator pada variabel dimensi gaya hidup dan keputusan menggunakan. Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang tepat. Kuesioner yang disebar oleh peneliti di sebar secara umum kepada anggota.

Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan
- b) Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawaban. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat alat tulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.

- c) Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan skala Interval.
3. Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari dimensi gaya hidup dan keputusan menggunakan menggunakan. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: perpustakaan universitas, skripsi, jurnal ekonomi dan bisnis, majalah dan internet.
 4. Wawancara

Wawancara yaitu dengan melakukan pertanyaan secara lisan dalam pertemuan tatap muka langsung terhadap individu atau kelompok yang sedang diteliti, dalam hal ini wawancara dibedakan menjadi dua macam yaitu:

 - a. Wawancara terstruktur, yang digunakan apabila telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang diperoleh
 - b. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dengan pengumpulan datanya.

3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis.

Benar atau tidaknya sebuah data akan menentukan mutu hasil penelitian. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 21,0 *for window*.

3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas

Penelitian mengenai pengaruh dimensi gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *smartphone* dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel dimensi gaya hidup (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel keputusan menggunakan (Y), dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui kuesioner.

Menurut Sherr L.Jackson (2012:85), "*Validity is an indication of whether the instrument measuring what it claims to measure.*" Validitas adalah indikasi apakah instrumen mengukur apa yang dikatakannya untuk diukur. Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menguji bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Selanjutnya, Malhotra (2009:316) mengemukakan "Validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan benar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematis atau acak".

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuisisioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Momment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \text{ (Sugiyono, 2013:248)}$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor Total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
- n = Banyak responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika

$$r_{hitung} \text{ lebih besar dari } r_{tabel} \text{ atau } r_{hitung} > r_{tabel}$$

2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika

$$r_{hitung} \text{ lebih kecil atau sama dengan } r_{tabel} \text{ atau } r_{hitung} \leq r_{tabel}$$

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS

21.0 *forWindows*. Besarnya koefisiensi korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.3 di bawah ini.

TABEL 3.3
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

| INTERVAL KOEFISIEN | TINGKAT HUBUNGAN |
|----------------------------------|---------------------|
| Antara 0,700 sampai dengan 1,000 | Sangat Tinggi |
| Antara 0,600 sampai dengan 0,500 | Tinggi |
| Antara 0,500 sampai dengan 0,400 | Agak Tinggi |
| Antara 0,400 sampai dengan 0,300 | Sedang |
| Antara 0,300 sampai dengan 0,200 | Agak Tidak Tinggi |
| Antara 0,200 sampai dengan 0,100 | Tidak Tinggi |
| Antara 0,100 sampai dengan 0,000 | Sangat Tidak Tinggi |

Sumber: Suharsimi Arikunto (2010:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan terhadap taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2013:257)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari dimensi gaya hidup sebagai variabel X , keputusan menggunakan sebagai variabel Y .

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen dimensi gaya hidup sebagai variabel X , keputusan menggunakan sebagai variabel Y . Jumlah pertanyaan untuk variabel X adalah 18 terdapat 1 item pertanyaan tidak valid, sedangkan untuk item pertanyaan variabel Y berjumlah 8 item. Dilakukan drop out pada 1 item yang tidak valid dan dilakukan uji validitas ulang, berikut Tabel 3.4 hasil uji validitas dimensi gaya hidup.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DIMENSI GAYA HIDUP

| No | PERNYATAAN | r hitung | r tabel | KET |
|---------------------------|---|----------|---------|-------|
| Dimensi Gaya Hidup | | | | |
| <i>Activity</i> | | | | |
| 1 | Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk bekerja atau beraktivitas dalam 1 hari | 0,402 | 0,374 | Valid |
| 2 | Waktu yang digunakan untuk menyalurkan hobi setiap minggu | 0,412 | 0,374 | Valid |
| 3 | Waktu yang digunakan untuk menonton drama, <i>film</i> , acara korea, konser artis Korea dalam satu bulan | 0,537 | 0,374 | Valid |
| 4 | Mengikuti kegiatan keanggotaan seperti komunitas (bahasa Korea, dance cover dll) setiap minggunya | 0,459 | 0,374 | Valid |
| 5 | Berkumpul setiap minggunya dengan komunitas (kerabat, teman, saudara, dll) | 0,519 | 0,374 | Valid |
| <i>Intereset</i> | | | | |
| 6 | Ketertarikan terhadap promosi yang dilakukan melalui brand ambassador artis Korea | 0,478 | 0,374 | Valid |
| 7 | Daya tarik dari bentuk <i>smartphone</i> Samsung | 0,558 | 0,374 | Valid |
| 8 | Keunggulan inovasi <i>smartphone</i> Samsung yang ditampilkan pada drama Korea | 0,775 | 0,374 | Valid |
| <i>Opinion</i> | | | | |
| 9 | Kebutuhan terhadap <i>prestige</i> dengan menggunakan <i>smartphone</i> Samsung | 0,598 | 0,374 | Valid |
| 10 | Kualitas <i>smartphone</i> Samsung di banding produk lain | 0,631 | 0,374 | Valid |
| 11 | Inovasi dan design dari <i>smartphone</i> Samsung di bandingkan dengan produk lain | 0,762 | 0,374 | Valid |
| 12 | Dampak menggunakan Samsung terhadap mempelajari budaya Korea dari drama, film dan kehidupan idol Korea | 0,632 | 0,374 | Valid |
| 13 | Adanya efek dari drama, film dan idol korea dengan membeli <i>smartphone</i> | 0,468 | 0,374 | Valid |

| No | PERNYATAAN | r hitung | r tabel | KET |
|---------------------------|---|----------|---------|-------|
| Dimensi Gaya Hidup | | | | |
| | Samsung | | | |
| Demography | | | | |
| 14 | Kesesuaian <i>smartphone</i> Samsung terhadap target pasar | 0,513 | 0,374 | Valid |
| 15 | Kesesuaian <i>smartphone</i> Samsung dengan gaya hidup konsumen yang menyukai drama, film maupun idol Korea | 0,429 | 0,374 | Valid |
| 16 | Kesesuaian harga yang diberikan <i>smartphone</i> Samsung dengan daya beli | 0,665 | 0,374 | Valid |
| 17 | Kesesuaian pendidikan dengan pengetahuan tentang produk yang ditawarkan | 0,449 | 0,374 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2014 (Menggunakan SPSS 21.0 *For Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen variabel dimensi gaya hidup dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *interest* dengan item pernyataan keunggulan inovasi *smartphone* Samsung yang ditampilkan pada drama Korea yang bernilai 0,775, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *activity* dengan item pernyataan rata-rata waktu yang dihabiskan untuk bekerja atau beraktivitas dalam 1 hari yang bernilai 0,402.

Hasil uji coba instrumen untuk variabel keputusan menggunakan berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r hitung lebih besar jika dibandingkan dengan r tabel yang bernilai 0,374.

Berikut ini Tabel 3.5 mengenai hasil uji validitas variabel keputusan menggunakan yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DIMENSI KEPUTUSAN
MENGGUNAKAN

| No | PERNYATAAN | r hitung | r tabel | KET |
|--------------------------------------|--|----------|---------|-------|
| Dimensi Keputusan Menggunakan | | | | |
| <i>Informasi</i> | | | | |
| 1 | Pengetahuan konsumen akan produk <i>smartphone</i> Samsung | 0,799 | 0,374 | Valid |
| 2 | Kemudahan mengevaluasi produk <i>smartphone</i> Samsung | 0,792 | 0,374 | Valid |
| <i>Brand Recognition</i> | | | | |
| 3 | Pemahaman konsumen terhadap bentuk produk <i>smartphone</i> Samsung | 0,852 | 0,374 | Valid |
| 4 | Pemahaman konsumen terhadap fungsi <i>smartphone</i> Samsung | 0,819 | 0,374 | Valid |
| <i>Brand Attitude</i> | | | | |
| 5 | Kebutuhan yang dipuaskan oleh produk <i>smartphone</i> Samsung | 0,924 | 0,374 | Valid |
| <i>Faith</i> | | | | |
| 6 | Kepercayaan konsumen terhadap produk <i>smartphone</i> Samsung | 0,926 | 0,374 | Valid |
| <i>Purchase willingness</i> | | | | |
| 7 | Kesediaan konsumen untuk menggunakan produk dalam jangka waktu yang lama | 0,885 | 0,374 | Valid |
| <i>Purchase</i> | | | | |
| 8 | Keputusan menggunakan karena telah menggunakan produk yang sama sebelumnya | 0,720 | 0,374 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2014 (Menggunakan SPSS 21.0 *For Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.8 pada instrumen variabel keputusan menggunakan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *faith* dengan item pernyataan, kepercayaan konsumen terhadap produk *smartphone* Samsung, yang bernilai 0,926 dan nilai terendah terdapat pada dimensi *purchase* dengan item pernyataan, keputusan

menggunakan karena telah menggunakan produk yang sama sebelumnya, yang bernilai 0,720.

3.2.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Sherri L. Jackson (2013:81), "*Reability is indication of consistency or stability of a measuring instrument*". Artinya reabilitas adalah indikasi dari konsistensi atau stabilitas adari sebuah alat ukur. Selanjutnya Maholtra (2009:315) menyatakan bahwa, "Reliability refers to the extent to which scale a produces consistent results if repeated measurements are made on the characteristic." Reliabilitas mengacu kepada perluasan dari skala yang memproduksi hasil yang konsisten jika pengukuran yang diulang dibuat berdasarkan karakteristik..

Jika suatu Instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh Instrumen tersebut dapat dipercaya juga. Perhitungan reliabilitas dalam pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Husein Umar, 2008:170)

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrument
 K = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal
 σ_t^2 = Varian total
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir soal

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum X)^2}{N}}{n-1}$$

(Husein Umar, 2008:172)

Keterangan:

- N = Jumlah sampel
 N = Jumlah responden
 X = Nilai skor yang dipilih
 σ^2 = Nilai varians

Hasil uji reliabilitas ditentukan oleh ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 for Windows diketahui bahwa semua variabel reliabel,

hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.6 berikut:

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

| No | Variabel | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----|-------------------------------|--------------|-------------|------------|
| 1 | Dimensi Gaya Hidup | 0,734 | 0,374 | Reliabel |
| 2 | Dimensi Keputusan Menggunakan | 0,793 | 0,374 | Reliabel |

Hasil Pengolahan Data 2014 (Menggunakan SPSS 2.1 *For Windows*)

3.2.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif yaitu untuk variabel yang bersifat kualitatif, dan verifikatif untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistika.

Analisis data proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Pada dasarnya definisi pertama lebih menitikberatkan pengorganisasian data sedangkan yang ke dua lebih menekankan maksud dan tujuan analisis data. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengukur penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian. Kemudian analisis data dapat dilakukan setelah kuesioner seluruh responden terkumpul.

Hal yang akan diteliti yaitu dimensi gaya hidup (X) pengaruhnya terhadap keputusan menggunakan (Y). Penelitian ini menggunakan pengukuran data berskala interval, yang diperoleh dari kuesioner diolah menggunakan skala *semantic*

differential. Menurut Husein Umar (2008:99), “Skala berusaha mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden. Skala ini mengandung unsur evaluasi (misalnya:bagus, buruk, jujur dan tidak jujur),unsur potensi (aktif, pasif, cepat dan lambat)”. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka seperti pada Tabel 3.7 berikut

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN

| Alternatif Jawaban | Setuju / Baik | Rentang Jawaban | | | | | | | Tidak Setuju / Tidak Baik |
|--------------------|---------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---------------------------|
| | | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| Positif | | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |

Sumber: Modifikasi dari Husein Umar (2008:99)

3.2.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- a. Analisis Deskriptif Variabel X (Gaya Hidup)
- b. Analisis Deskriptif Variabel Y (Keputusan Menggunakan)

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.8 sebagai berikut.

TABEL 3.8
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

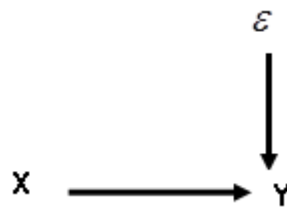
| No | Kriteria Penafsiran | Keterangan |
|----|---------------------|--------------------|
| 1 | 0% | Tidak Seorangpun |
| 2 | 1% - 25% | Sebagian Kecil |
| 3 | 26% - 49% | Hampir Setengahnya |
| 4 | 50% | Setengahnya |
| 5 | 51% - 75% | Sebagian Besar |
| 6 | 76% - 99% | Hampir Seluruhnya |
| 7 | 100% | Seluruhnya |

Sumber: Moch Ali (1985:184)

3.2.8.2 Analisis Verifikatif Menggunakan *Path Analysis*

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*path analysis*). Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel eksogen dimensi gaya hidup yang terdiri *activity*, *interest*, *opinion* dan *demography* (X_1, X_2, X_3, X_4) terhadap variabel Y keputusan menggunakan yang dirasakan konsumen Samsung secara langsung maupun tidak langsung. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis pada Gambar 3.1.



GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

X : Gaya Hidup

Y : Keputusan Menggunakan

ϵ : Epsilon (Variabel lain)

—————> = Hubungan kausalitas

Struktur hubungan Gambar 3.1 mengisyaratkan bahwa dimensi gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan menggunakan. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (gaya hidup) dan Y (keputusan menggunakan) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi gaya hidup (X) yang terdiri dari: *activity* (X_1), *interest* (X_2), *opinion* (X_3) dan *demography* (X_4) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan menggunakan.

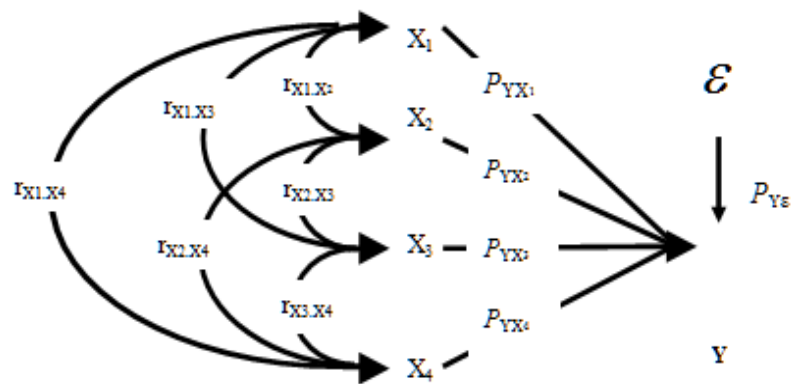
Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

- b. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat terlihat pada Gambar 3.3 berikut ini.



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR SUBSTRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

X1 = Sub variabel *activity*

X2 = Sub variabel *interest*

X3 = Sub variabel *opinion*

X4 = Sub variabel *demoghrapy*

Y = variabel keputusan menggunakan

→ = Hubungan kausalitas

↔ = Hubungan korelasional

ε = faktor lain (epsilon)

c. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} & X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ & r_{X_1X_1} & r_{X_1X_2} & r_{X_1X_3} & r_{X_1X_4} \\ & & r_{X_2X_2} & r_{X_2X_3} & r_{X_2X_4} \\ & & & r_{X_3X_3} & r_{X_3X_4} \\ & & & & r_{X_4X_4} \end{bmatrix}$$

d. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} & X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ & C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & & C_{4.4} \end{bmatrix}$$

e. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho_{YX1} \\ \rho_{YX2} \\ \rho_{YX3} \\ \rho_{YX4} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \\ r_{YX4} \end{bmatrix}$$

f. Hitung R^2_y (X_1, X_2, X_3, X_4) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total

X_1, X_2, X_3, X_4 , terhadap Y dengan menggunakan rumus

$$\left[r_{YX1} \right]$$

$$R^2_{y(x_1, \dots, x_4)} = [\rho_{YX1} \dots \rho_{YX4}] \begin{bmatrix} \dots\dots \\ \dots\dots \\ \dots\dots \\ \rho_{YX4} \end{bmatrix}$$

g. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

1. Pengaruh (X₁) terhadap Y

Pengaruh langsung = $\rho_{YX1} \cdot \rho_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1,2}) = $\rho_{YX1} \cdot r_{X1,X2} \cdot \rho_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1,3}) = $\rho_{YX1} \cdot r_{X1,X3} \cdot \rho_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1,4}) = $\rho_{YX1} \cdot r_{X1,X4} \cdot \rho_{YX4}$

_____ +

Pengaruh total (X₁) terhadap Y =

2. Pengaruh (X₂) terhadap Y

Pengaruh langsung = $\rho_{YX2} \cdot \rho_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2,1}) = $\rho_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot \rho_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2,3}) = $\rho_{YX2} \cdot r_{X2X3} \cdot \rho_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2,4}) = $\rho_{YX2} \cdot r_{X2X4} \cdot \rho_{YX4}$

_____ +

Pengaruh total (X₂) terhadap Y =

3. Pengaruh (X₃) terhadap Y

Pengaruh langsung = $\rho_{YX3} \cdot \rho_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{3,1}) = $\rho_{YX3} \cdot r_{X3,X1} \cdot \rho_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{3,2}) = $\rho_{YX3} \cdot r_{X3,X2} \cdot \rho_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{3,4}) = $\rho_{YX3} \cdot r_{X3,X4} \cdot \rho_{YX4}$

_____ +

Pengaruh total (X₃) terhadap Y =

4. Pengaruh (X₄) terhadap Y

Pengaruh langsung = $\rho_{YX4} \cdot \rho_{YX4}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{4,1}) = $\rho_{YX4} \cdot r_{X4,X1} \cdot \rho_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{4,2}) = $\rho_{YX4} \cdot r_{X4,X2} \cdot \rho_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{4,3}) = $\rho_{YX4} \cdot r_{X4,X3} \cdot \rho_{YX3}$

_____ +

Pengaruh total (X_4) terhadap Y =

- h. Menghitung variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_4)}}$$

- i. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = \rho_{YX_3} = \rho_{YX_4} = 0$$

H_a : Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2, 3$, dan 4

- j. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - i) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}{(n - k - i) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi *F-Snedecor*, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{p_{x_u x_i} - p_{x_u x_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{x_u(x_1, x_2, \dots, x_k)}) (C_{ii} + C_{jj} - 2C_{ij})}{n - k - 1}}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

3.2.9 Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0: \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dimensi gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *smartphone*.

$H_a: \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dimensi gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *smartphone*.